

# PMS

# Estudio de Mercado Servicios TiC'S Peru

Junio 2017

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Lima, Perú - ProChile

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



# Tabla de contenido

<b>I. Tabla de contenido .....</b>	<b>2</b>
<b>II. Resumen Ejecutivo .....</b>	<b>4</b>
1. Nombre y descripción del servicio.....	4
2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA).....	4
3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial.....	4
4. Análisis FODA.....	5
<b>III. Identificación del servicio .....</b>	<b>6</b>
1. Nombre del servicio .....	6
2. Descripción del servicio .....	6
<b>IV. Descripción general del mercado importador .....</b>	<b>6</b>
1. Tamaño del mercado.....	6
2. Crecimiento en los últimos 5 años.....	6
3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado .....	7
4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios .....	7
5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior.....	7
6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios .....	7
7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles .....	7
8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden endemanda de servicios... 8	8
9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios .....	8
<b>V. Descripción sectorial del mercado importador .....</b>	<b>9</b>
1. Comportamiento general del mercado.....	9
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio .....	10
3. Proporción de servicios importados.....	10
4. Dinamismo de la demanda .....	¡Error! Marcador no definido.
5. Canales de comercialización .....	11
6. Principales players del subsector y empresas competidoras .....	12
7. Marco legal y regulatorio del subsector .....	13
8. Tendencias comerciales del sector .....	13

<b>VI. Competidores .....</b>	<b>14</b>
1. Principales proveedores externos .....	14
2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos. ....	15
3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores. ....	15
4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores.....	15
<b>VII. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios .....</b>	<b>15</b>
<b>VIII. Indicadores de demanda para el servicio .....</b>	<b>15</b>
<b>IX. Otra información relevante del mercado de destino .....</b>	<b>16</b>
<b>X. Opiniones de actores relevantes en el mercado .....</b>	<b>17</b>
<b>XII. Contactos relevantes.....</b>	<b>18</b>
<b>XIII. Fuentes de información (Links).....</b>	<b>18</b>
<b>XIV. Anexos .....</b>	<b>20</b>

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.*

# I. Resumen Ejecutivo

El presente informe realizado por la Oficina Comercial en Lima, tiene la finalidad de proporcionar información acerca del mercado de Tecnología de Información. Se abordan temas como la clasificación del servicio, en la cual se hace una distinción de los diferentes productos y servicios dentro del ámbito de las Tecnologías de Información. Además se resume brevemente la situación actual del mercado peruano de TI, con cifras estadísticas que muestran el comportamiento del mismo.

## 1. Nombre y descripción del servicio.

El sector de servicios TIC'S se refiere a los servicios que ofrecen consultoría, asesoría, soluciones y derivados que impliquen la prestación de un servicio de componente tecnológico. También pueden incluirse servicios de instalación de internet-banda ancha y servicios (asistencia técnica) en telecomunicaciones. En este estudio de mercado analizaremos el comportamiento del consumidor peruano y algunas cifras que puedan orientar a los empresarios chilenos.

## 2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio (en base análisis FODA).

La oportunidad de penetrar el mercado peruano se basa en su crecimiento económico sostenido durante los últimos 10 años. Si bien la industria de TIC en Perú, es pequeña en comparación con otros países de la región, la inversión tanto pública como privada en este sector ha registrado la tasa más alta de crecimiento acumulado (62.9 por ciento) en el período 2010 - 2014, por encima de países como Colombia, México, Argentina y Chile.

## 3. Estrategia recomendada por la Oficina Comercial.

El mercado TIC'S lleva 6 años en crecimiento a una tasa media del 15%, con una proyección de crecimiento media del 10% para los próximos años; sin embargo, los competidores locales y extranjeros son numerosos y la diferenciación y especialización en herramientas innovadoras se transforman en factores críticos para competir en una industria que se acerca a la tarificación estandarizada por H/H. Nuestra fortaleza; **know how** potente en áreas de desarrollo i+D+I -producto de una política de estado- que nos permite exportar conocimiento.

La estrategia a seguir: **Lobby, innovación, cooperación y oportunidad (LICO)**

**Lobby** en los servicios públicos: Es fundamental conocer a los tomadores de decisiones en los servicios públicos y detectar la demanda por servicios. El Estado peruano cuenta con una billetera fiscal importante. **Innovación**; hay que innovar en el mercado maduro (Banca, Retail, Industria y Minería), **Cooperación**; es vital contar con **partners** locales, buscar alianzas; los esfuerzos individuales tienden a fracasar; y por último el principio de la **Oportunidad**; ser pioneros en identificar nichos con demanda incipiente de TIC'S, por ejemplo; Agricultura, Pesca, Forestal y Manufactura intermedia.

## 4. Análisis FODA.

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
<p><b>ESTRATEGIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El exportador debe identificar nichos con demanda incipiente y fuerte crecimiento: Agricultura.</li> <li>Se deben canalizar la oferta a través de empresas chilenas (Cencosud, Falabella y Ripley)</li> <li>Es vital generar alianzas con actores locales.</li> <li><b>Lobby, innovación, cooperación y oportunidad.</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los exportadores chilenos pueden aprovechar las conexiones empresariales y desarrollar servicios especializados y temáticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las empresas TIC's chilenas enfrentan costos superiores a los productores locales( Transporte, Hotel, otros)</li> <li>Las empresas chilenas poseen baja presencia y posicionamiento en el mercado en relación a los competidores extranjeros( EE.UU y España)</li> </ul>
		Factores Externos	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El Perú tiene un déficit de USD 2200 millones en conectividad internet hacia el 2025.(Osiptel 2016)</li> <li>Perú crece económicamente al 4,5-5% anual, lo que implicaría un aumento en el consumo en</li> <li>La formalización del empleo, como desafío país y las políticas de mejorar la educación en el Perú, son indicadores de oportunidades de mayor demanda de servicios electrónicos en todos los ámbitos.</li> </ul>
	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La entrada constante de nuevos competidores locales y extranjeros hacen reducir la tarifas H/H y la creación de departamentos TI dentro la organizaciones.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Invertir en I+D para diferenciarse; generar acciones de <b>lobby</b> y ser líderes en innovación.</li> </ul>

## II. Identificación del servicio

### 1. Nombre del servicio

Servicios TIC'S

### 2. Descripción del servicio

El sector de servicios de Tecnología de Información y Comunicación es un concepto que incorpora a los servicios que presta una empresa a otra en el desarrollo, solución, implementación, puesta en marcha, reparación y mantención de procesos tecnológicos, programas informáticos, hardware, Inteligencia de Negocios; también abarca a cualquier servicio o asesoría a cualquier sistema de comunicación (Telefonía IP y móvil, Banda Ancha- Internet, RFDI y similares).

Los servicios de software no serán considerados en este estudio.

En este estudio de mercado detallaremos los servicios que pueden ser ejecutados por exportadores chilenos en Perú, con el fin de desarrollar un nuevo mercado para sus productos/servicios.

## III. Descripción general del mercado importador

### 1. Tamaño del mercado

El mercado peruano está compuesto por un sector formal y uno informal. La cifra de informalidad a nivel de empresas es cercana al 60% y el sector laboral informal representa el 73% de la masa laboral. El gobierno entrante tiene planes para revertir la situación y avanzar en la formalidad de las empresas, independientes y trabajadores dependientes. Con **32 millones de habitantes**, Perú es una economía estable con tasas de crecimiento entre 3,8 - 4,5% anual. Posee una moneda estable, el nuevo sol peruano (S/.) que es utilizada en paralelo con el dólar; divisa que es recibida en la mayoría de los comercios del país<sup>1</sup>.

### 2. Crecimiento en los últimos 5 años

En los últimos 5 años Perú ha crecido a una tasa promedio anual del 4%. Es la economía más estable de la región y es la economía con mejores expectativas, ocupando el N° 1 en el índice Doing Businnes 2016 para Latam.

---

<sup>1</sup> Cabe destacar que el dólar no es de circulación oficial en el Perú, sólo es aceptado su uso como moneda en el comercio (supermercados, retail y comercio en general)

### 3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

En general, la estabilidad política es más bien volátil. Existen partidos políticos que no tienen un arraigo social en la sociedad; no se diferencian derecha, centro e izquierda claramente. La estabilidad económica ha tenido en el BCR (Banco Central de Reserva) y la SUNAT (similar al SII de Chile) sólidas instituciones que han dado seguridad a las políticas monetarias, cambiarias e impositivas. Se debe avanzar en la formalización del mercado ya que la informalidad alcanza un 30%. Hay una fuerte presión por avanzar en temas como la seguridad jurídica, ya que existe un alto grado de desconfianza en las instituciones públicas.

La banca cuenta con un alto índice de seguridad y es un sistema financiero sano, el Estado está avanzando en combatir la falsificación de billetes y monedas de todas denominaciones.

### 4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

No existe una política específica al sector servicios como oferta sectorial exportable; pues aún Perú es un país de corte productivo. En el mes de mayo se aprobó una ley que mejora el marco legal de la exportación de servicios. De acuerdo con ADEX, actualmente en el Perú hay más de 6 millones de personas trabajan en el sector servicios, siendo los sectores más dinámicos el de alojamiento y restaurantes, además de transporte y almacenamiento, y los servicios profesionales.

### 5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

No existen instrumentos públicos para adquisición de servicios desde el exterior; las iniciativas y negocios deben ser gestionados en forma privada.

### 6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

Las compras públicas se rigen por el OSCE (Organismo Supervisor de Contrataciones del Estado), y la Ley de Contrataciones del Estado <http://portal.osce.gob.pe/osce/content/ley-de-contrataciones-del-estado-y-reglamento> rige las compras públicas de bienes y servicios. Existe una plataforma denominada SEACE (como nuestro Mercado Público-Chilecompras).

### 7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

En Perú, existe una brecha de infraestructura de Telecomunicaciones muy alta, pues solo 6 de cada 10 peruanos tienen acceso al servicio de internet. La Agenda de Competitividad del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) 2014-2018 tiene los siguientes desafíos:

- a) El 100% de capitales de provincia y el 83% de capitales de distrito conectadas por fibra óptica transporte de alta velocidad.
- b) Incrementar de 7,6 millones a más de 20 millones las líneas de internet (fijo y móvil)
- c) El 70% de instalaciones del Estado abiertas al público con conectividad de Banda Ancha.
- d) Incremento de velocidad promedio de acceso a internet de 2.7 a 3.2 Mbps
- e) Un aumento a nivel estatal del 500% del uso de los servicios en línea con un 70% de satisfacción y confianza de los ciudadanos sobre estos servicios
- f) El 70% de las MYPE deben ser usuario TIC'S y contar con servicio de internet

- g) El sector TIC'S ha crecido desde 2010 a un ritmo anual del 8,5% y en el cuarto trimestre de 2015, presentó un incremento en la actividad económica de un 10,9%.<sup>2</sup>

## 8. Principales mega-proyectos programados o en ejecución que inciden en demanda de servicios

- **Infraestructura:** Actualmente se están ejecutando y licitando 7 proyectos en el norte del país por US\$ 7.000 millones. Los más relevantes son la modernización de la refinería de Talara y la carretera longitudinal de la sierra. Se espera una inversión -en el próximo lustro -de aproximadamente **US\$ 23.000** millones en todo el país.
- **Vivienda:** El eventual retiro de fondos de las AFP promoverá la compra de **S. / 10.000 millones** en inmuebles. Actualmente la oferta de viviendas nuevas es de 16.000 unidades para entrega inmediata; dicha oferta podría ser cubierta con la disposición del 25% de fondos previsionales para pagar cuota inicial (pie) por los afiliados que deseen adquirir su primera vivienda, terreno o local comercial. En los próximos 20 años, las 35 ciudades principales del Perú demandarán 2,4 millones de viviendas con un 50% concentrado en Lima Metropolitana. Esta demanda necesita el estudio y confección de catastros y planes urbanos; 15.000 nuevas hectáreas de suelo urbano, US\$ 75.000 millones para el otorgamiento de créditos hipotecarios, US\$ 17.000 en subsidios para viviendas y US\$ 18.000 millones en ahorros de la población demandante.
- **Proyectos Minería y Energía:** La "Cartera de Proyectos de Inversión 2016-2021", elaborada por el IEDEP-CCL, señala que las inversiones en el sector privado ascienden a **US\$ 70.645 millones**, registrando un total de 187 proyectos. El documento establece que los sectores minería y electricidad concentran el 70% de las inversiones del sector privado con 91 proyectos por un monto ascendente a US\$ 49.436 millones.
- **Sector Agropecuario:** El Ministerio de Agricultura (MINAGRI) ha proyectado que las exportaciones agropecuarias superarían los US\$ 6.000 millones al cierre del 2016. Las exportaciones agrarias se han duplicado cada 5 años y el sector proyecta que antes del 2021, se superarían los US\$ 10 mil millones en ventas a los mercados del mundo.

## 9. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios

Los sectores primarios siguen siendo la base de la economía peruana, sin embargo, los servicios han comenzado a despegar fuertemente debido a la buena situación económica y el aumento de la economía formal; superando a la pesca, la minería y al sector agrícola, los clásicos motores de la economía peruana.

Los sectores más relevantes de la economía actualmente son:

- El sector servicios crece fuertemente con el aumento de la migración sierra y selva a ciudades grandes (nuevos prospectos) y la formalización de miles trabajadores independientes y microempresarios. La apertura del crédito, ha dado impulso a la construcción y a la consolidación del retail; la creciente inversión en infraestructura, educación, tecnología, telecomunicaciones y servicios básicos -producto de años de déficit- permiten que los servicios tengan una fuerte presencia en la contribución al PBI.
- El sector minero proyecta inversiones millonarias; un avance en eficiencia tecnológica y un nuevo marco regulatorio de protección a los trabajadores y al medioambiente.

<sup>2</sup> INEI [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n01\\_pbi-trimestral-\\_2015iv.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n01_pbi-trimestral-_2015iv.pdf)

- El sector turismo pretende duplicar la cantidad de visitas; actualmente el Perú atrae a 3,8 millones de visitantes al año. El nuevo gobierno se ha propuesto duplicar la cantidad de turistas para 2021.
- El sector energía, liderado por el proyecto Gasoducto Sur y la masificación del uso de gas natural en la sierra y la implementación de un sistema de GLP para Lima y el Callao.

La participación del sector privado abarca a todas las áreas de la economía y con el nuevo marco legal, el sector se fortalecerá. Existe algunas iniciativas del estado en generar startups proveedoras de servicios, sin embargo, la mayoría de la oferta es privada.

Actualmente, la demanda privada, tanto de empresas como de los consumidores, sigue débil; por lo tanto, el motor de la economía que da vida a la actividad productiva, es la producción minera.

Las expectativas de inversión en el sector se acercan a los US\$ 12.000 millones (SNMPE) con un efecto de creación de empleo de 55.000 plazas de trabajo directas e indirectas.

Sin embargo, el impulso de la minería solo durará hasta el 2017, y luego de ese año la producción de este sector tenderá a estabilizarse; por lo tanto, los actores económicos no mineros, tendrán la presión de obtener buenos números mediante eficiencia y adaptación de nuevas tecnologías.

Por su parte, el gobierno tendrá que destrabar la mayoría de mega proyectos (US\$ 10.000 millones) para incentivar la inversión y el desarrollo de obras que demanden servicios en todas las disciplinas.

## IV. Descripción sectorial del mercado importador

### 1. Comportamiento general del mercado

El crecimiento del 15% del sector se basa en el crecimiento del sector financiero y su política inclusiva, el desarrollo del mercado de telecomunicaciones y la expansión de los sectores de comercio y servicios.

El 39% de esta inversión en tecnología se dirige a smartphones, mientras que el 0.09% se destina a proyectos IoT, y solo el 0.1% a hardware corporativo, estas últimas son mucho menores al promedio en América Latina.

La inversión de TI en Perú aún no es tan madura como en otros países de la región, la inversión en hardware todavía tiene un alto peso cuando se compara con software y servicios. Adicionalmente, la inversión del segmento empresarial es menor que el de consumo, definiendo un panorama distinto a países como Chile o Colombia.

Si bien, la fluctuación del tipo de cambio durante el 2015 no afectó a la inversión en TIC en Perú en el mismo nivel que a otras economías, esto se debió a la naturaleza de los contratos existentes.

El mercado está compuesto por 2 grandes perfiles de operadores TI: integradores y firmas de consultoría profesional.

Los integradores respaldan su oferta precisamente en la capacidad de integrar soluciones de diferentes proveedores, para entregar a sus clientes una solución llave en mano, mientras que las firmas de consultoría profesional tienen un comportamiento más “boutique”, por su especialización en algunos segmentos de productos o de verticales.

En esa línea, las nuevas tecnologías exigen a los operadores TI una creciente capacidad de adaptación a los cambios y un alto nivel de inversión para mantenerse actualizados con los cambios. Esta situación reducirá a los proveedores de TI a aquellos que estamos en procesos constante de capacitación y atendiendo a las nuevas soluciones de los principales fabricantes del mercado.

## 2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

La información disponible producto de la Encuesta Económica Anual que ejecuta el Instituto Nacional de Estadística e Informática, es una herramienta que investiga a las grandes, medianas y pequeñas empresas que desarrollaron alguna actividad económica durante el año 2014. En ese periodo, se registraron 75 mil 798 empresas, de las cuales el 94,9% de las empresas hicieron uso de computadoras, el 91,8% del servicio de internet, el 17,1% de intranet y el 5,6% de extranet; asimismo, el 95,1% utilizaron telefonía móvil y el 92,5% telefonía fija. **Fuente: Encuesta Económica Anual (EEA) 2015-INEI**

## 3. Proporción de Servicios Importados

Las últimas cifras de la Industria de Outsourcing en el Perú (**Deloitte 2014**) establecen que las TIC's lideran la demanda por servicios de tercerización con un **53%** seguidos por servicios jurídicos (**28%**).

## 4. Dinamismo de la Demanda

En 2016 los operadores de telefonía móvil invirtieron cerca de **USD 2600** millones en instalación de antenas, banda ancha y ampliación de cobertura.

En 2016, el mercado TIC's peruano mueve USD 2.354 millones.

**Ver gráficos 1 y 2.**

**Fuente: (Estudio Consultora Maximixe TIC 2016)**

Gráfico N° 1 Perú: Mercado de TICs 2010 – 2016 (Mill. US\$)

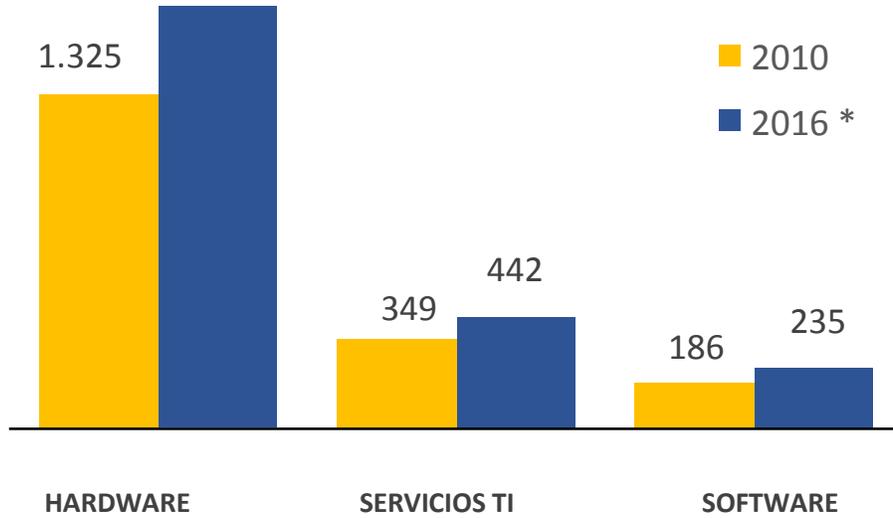
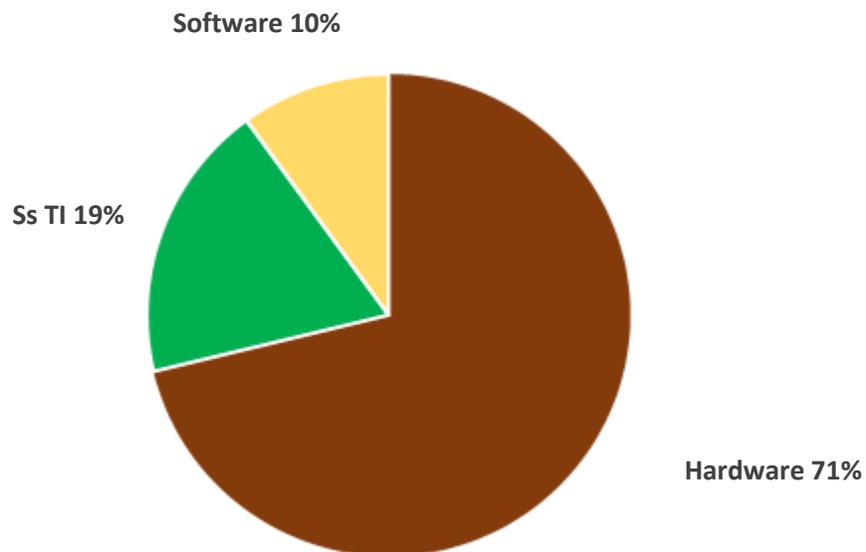


Gráfico N° 2 Perú: Mercado de TICs 2016(Estructura)



## 5. Canales de comercialización

### a) Servicios a Empresas locales y multinacionales

En Febrero de 2017 ingresó al mercado ERICTEL con un contrato con Telefónica del Perú; así cada mes ingresan empresas de servicios de tecnología al atractivo mercado peruano. La búsqueda de contratos “amarrados” desde origen, es uno de los mejores escenarios para una consultora que ingresa recién al mercado.

Sin embargo, la mayoría debe llegar a competir y a construir agenda mediante contactos y agencias. Como en la mayoría de los países, las cuentas más atractivas son las grandes empresas y multinacionales.

### b) Distribuidor y/o Representante

Para evitar esfuerzos en exploración de clientes, muchas empresas buscan alianzas con locales para que distribuyan (productos) u ofrezcan los servicios a cambio de comisiones. Existen muchas consultoras que buscan un mix de servicios chileno-peruano y juntos ofrecen soluciones al mercado.

### c) Estado Peruano( Licitaciones)

El Estado peruano tiene un importante presupuesto para desarrollo de Tecnología y Telecomunicaciones.

El déficit es cercano a UDS 10.000 millones en infraestructura de Telecomunicaciones; la mayoría en tecnología para servicios públicos, colegios y Hospitales. Solo 3 de cada 10 alumnos cuentan con internet en las escuelas públicas.

## 6. Principales players del subsector y empresas competidoras

### a) Competidores

La competencia está compuesta por las multinacionales (IBM, Emerson, Accenture, BDO, etc...), las empresas locales importantes suman cerca de 90 empresas, 30 de ellas son españolas (Everis, Indra, Satec, entre otras)

**Fuente:** Estudio de Mercado ICEX-Embajada de España.

En el Perú existen pocas instituciones relacionadas con la industria TiC's, a continuación, destacaremos las más importantes:

### b) Asociación peruana de Software y Tecnologías( APESOFT)

Es una asociación gremial que reúne a más de 40 empresas del sector; **APESOFT** está constituida por las principales empresas desarrolladoras de software, algunas de las cuales han logrado obtener certificaciones de calidad bajo estándares internacionales, como el **CMMI, ISO9000, IT MARK**, siendo el interés de la Asociación el que todos sus afiliados cuenten con algún tipo de acreditación en calidad.

### c) Asociación de Empresas de Telecomunicaciones-Comunidad Andina ( ASETA)

ASETA es un Organismo Internacional, sin fines de lucro, que en el ámbito de la Subregión Andina agrupa a empresas operadoras de servicios de telecomunicaciones y de las tecnologías de la información y la comunicación y a otras entidades del sector o vinculadas a éste, con el propósito de coadyuvar a su desarrollo y al proceso de integración en los países andinos.

## 7. Marco legal y regulatorio del subsector

Históricamente, así en Perú como en cualquier otro país, el sector de las TICs se ha caracterizado por su fuerte vinculación al Estado debido a la gran necesidad de financiación para desplegar la infraestructura inicial. Si bien así fue también en Perú en el pasado, a día de hoy se trata de un sector esencialmente privatizado, relativamente abierto al mercado nacional o extranjero pero de muy difícil acceso debido a que se ha conformado un mercado altamente concentrado, en donde un reducido puñado de actores dominan el sector y dificultan su acceso al mismo.

El responsable de regular el sector de las comunicaciones en Perú es el **Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC)**, y lo hace a través del **Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL)**, una entidad pública adscrita a la Presidencia del Consejo de Ministros, creada a principios de los años 90.

A continuación se describen brevemente los principales elementos del marco normativo del sector en Perú, si bien la legislación es en ese sentido muy amplia por lo que, para mayor detalle, se recomienda consultar el listado web de normas legales del MTC:

<http://transparencia.mtc.gob.pe/idm/NormasSA.aspx?id=75>

### Lineamientos de Política de Apertura del Mercado de Telecomunicaciones en el Perú

El marco regulatorio vigente en materia de telecomunicaciones viene fijado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones a través de los Lineamientos publicados originalmente por Decreto Supremo Nº 020-98-MTC en 1998, y sus posteriores modificaciones hasta el momento presente. En estos lineamientos se definen los principios regulatorios imperantes en el país, las pautas para las políticas de tarifado y concesiones, el acceso de los usuarios al portador de larga distancia, las políticas sobre regulación de los operadores o las condiciones para el ingreso al mercado de los nuevos entrantes así como las condiciones de competencia, entre otros.

Asimismo, la web de OSIPTEL ofrece un listado con la legislación que rige el sector de las telecomunicaciones. Se remite al siguiente enlace para una lista detallada de dicha legislación.

<http://www.osiptel.gob.pe/WebSiteAjax/WebFormGeneral/sector/VerLegislacionTeleco.aspx>

## 8. Tendencias comerciales del sector



AUMENTO EN LA DISPOSICIÓN DEL EMPRESARIO PERUANO EN INVERTIR EN TIC'S



ACEPTACIÓN DEL MERCADO A USAR CLOUD EN VEZ DE COMPRAR LICENCIAS



LAS EMPRESAS FAMILIARES ESTAN INVIRTIENDO EN TECNOLOGÍA



CRECIMIENTO DE SOFTWARE LIBRE DE FABRICACIÓN PERUANA Y DESARROLLO IMPORTANTE DE APP'S Y VIDEOJUEGOS

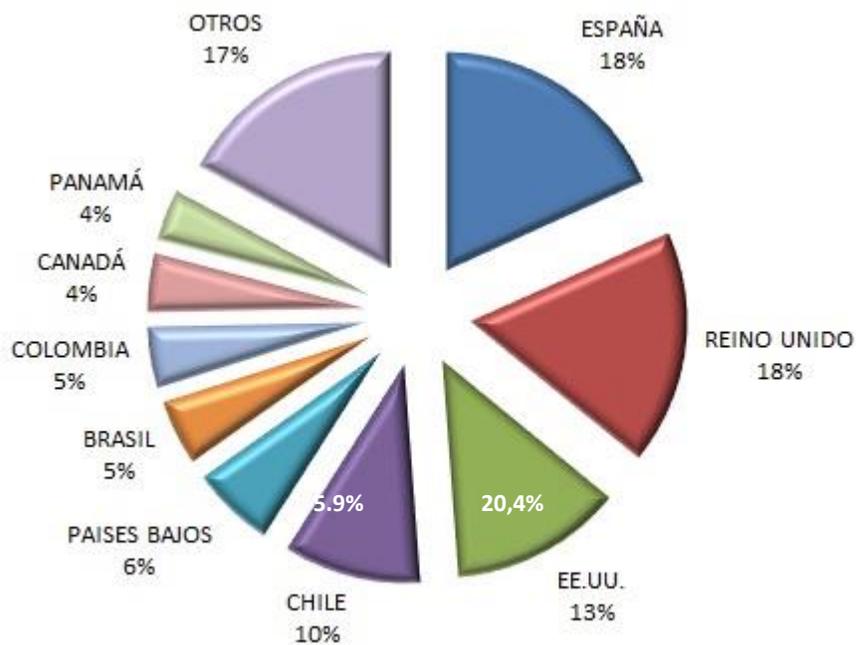
Fuente: Fuente: (Maximixe TIC 2016) [www.maximixetic.com](http://www.maximixetic.com)

## V. Competidores

### 1. Principales proveedores externos

En lo relativo a la exportación/importación de servicios TIC, las cifras son bastante difusas y se desconoce con exactitud el monto al que ascienden las mismas debido a que no se lleva a cabo un conteo desglosado de la actividad. Actualmente Chile exporta en servicios TIC's USD 35 millones, lo que refleja un 16% de crecimiento en relación a 2015.

A pesar de no contar con cifras, es posible inferir que los líderes por presencia empresarial son EE.UU (IBM es fuerte desde hace 20 años) y España (Indra, Everis...); seguidos por Chile, Colombia, Argentina y la India (Grupo Tata).



Actualizado a diciembre 2016

Fuente: ProInversión

Elaboración: ProInversión

## 2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Los competidores locales y externos prestan servicios relativamente similares; se conforman de la siguiente forma:

- a) Servicios de Mejora de Procesos, BPM, Auditoría de Procesos.
- b) Servicios BI en general
- c) Servicios Cloud y almacenamiento
- d) Servicios de Integración
- e) Servicios de Redes, Programación, y Reingeniería.
- f) Servicios de web hosting, mantención de equipos y servidores.
- g) Diseño de programas expertos, *taylor made* software
- h) Soluciones en IBM, SAP, Oracle; administradores de funciones empresariales
- i) Software
- j) ERP y similares
- k) En general, servicios que impliquen mejoras, optimización y ahorro de los recursos tecnológicos actuales de una empresa.

## 3. Segmentos y estrategias de penetración de competidores.

Actualmente el segmento más atractivo es el Estado peruano. Los nichos de mercado están en general cubiertos con cierto nivel de sobreoferta de servicios. La estrategia es clara y sencilla para contratar con el estado: **Lobby, oportunidad e innovación**. El sistema de contratación pública no es muy apetecido cuando los proyectos son para provincias lejanas a Lima. Por lo tanto, es imprescindible conocer a la gente clave en los servicios públicos para saber que licitaciones van a realizar. Una oferta innovadora es valorada más allá de precios, cuando se trata de proyectos que mejorarán sustancialmente el funcionamiento de un organismo.

## 4. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores.

No existe información formal en este ámbito.

# VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

En general, no se observan barreras a la entrada de nuevos competidores, más bien los tratados comerciales y las condiciones económicas del país favorecen el ingreso de nuevos actores al mercado.

Los plazos de negociación suelen ser más largos en el Perú, por lo que es preciso contar con espaldas financieras de largo plazo y no desalentarse al pasar los meses e incluso años.

## VII. Indicadores de demanda para el servicio

### Arquitectura / Construcción / Ingeniería / Minería

- Planes de inversión por US\$ 23.000 millones en infraestructura, agua potable, caminos, gasoductos, etc.
- Desarrollo de Juego Panamericanos Lima- 2019.
- Déficit inmobiliario por US\$ 40.000 millones.

### Servicio de Educación y Capacitación

- Baja tasa de alfabetización y deserción escolar en lugares remotos del país.
- Bajo puntaje en los test de medición, nivel Pisa más bajo de Sudamérica.
- Bajo uso de computadores en las escuelas, un 50 % de los colegios posee internet.
- Escasez de programas de capacitación a los profesores.
- Iniciativas de gobierno para mejorar la oferta educacional.
- Inequidades entre escuelas rurales y urbanas (necesidad de entrega a distancia).
- Presencia de facilidades para bío-conferencia y educación a distancia que son sub-utilizadas.
- Reestructuración industrial que requiere trabajadores capacitados en las industrias tradicionales.
- Escasez de programas de entrenamiento en nuevas tecnologías.

### Servicios Ambientales

- Servicio de sustentabilidad para el ecoturismo; es imprescindible una ley más fuerte.
- Nueva legislación ambiental.
- Mitigación de impacto ambiental reversar.
- Fabricas bajo el standard.
- Polución de las operaciones mineras o forestales.
- No hay sistema público de manejo de residuos.
- Inadecuado suministro de agua potable, solo 6 de cada 10 peruanos acceden a agua potable.

## VIII. Otra información relevante del mercado de destino

### a) Ferias

- La Expotic <http://www.expotic.com.pe/> es la feria más relevante del sector. Este año se realizará los días 17, 18 y 19 de agosto y es organizada por la Cámara de Comercio de Lima
- En <http://www.nferias.com/tecnologia/peru/> se puede revisar las ferias relacionadas a la tecnología en distintos rubros.

# IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado

## Contexto en el Perú

La instalación de la economía digital en Sudamérica ha cambiado los patrones de comportamiento de los consumidores y productores. En el Perú, la incorporación de la TIC'S a todos los ámbitos de la vida cotidiana ha sido más lenta en comparación con otros países de la región. El país ha experimentado ciclos de estabilidad económica notables dentro de la región, sin embargo, los niveles de productividad bajos y heterogéneos hacen un llamado urgente a la incorporación efectiva de las TIC'S-como factor esencial- en el cambio estructural de los procesos productivos y en el desarrollo de la sociedad.

## Conectividad

La Penetración de banda ancha en los hogares, empresas y ciudadanos representa un desafío como país para el impulso de la productividad y la mejora de la eficiencia a todo nivel.

De las 195 capitales de provincia, solo 82 cuentan con fibra óptica y cerca de 2/3 de la geografía del país no cuenta con acceso a internet, lo que implica un retraso importante de la sociedad y una lenta evolución del mundo empresarial; principalmente en los lugares más apartados( Selva y Sierra).

## Políticas Públicas

El esfuerzo del estado peruano se ha concentrado en el desarrollo de infraestructura y tiene como primer objetivo, dar el ejemplo a la sociedad civil comenzando con la modernización del aparato estatal en el ámbito TIC'S. Esta señal a la población y al sector privado, se focalizan en 4 aspectos cruciales:

- ✓ Institucionalidad
- ✓ Infraestructura
- ✓ Gobierno Electrónico
- ✓ Adopción de las TIC

## Gobierno Electrónico

El ecosistema digital del Estado es complejo y disperso, los procesos de integración de servicios han tardado en unificar criterios y estándares, sin embargo, existen esfuerzo en instituciones claves que han logrado progresos notorios, entre éstas se destacan el Poder Judicial( Notificaciones), MINSA, RENIEC( Registro de nacimientos en Línea) Y SUNAT( símil del SII chileno).

### Oportunidad para proveedores de TIC'S

Dentro de la agenda de competitividad 2014-2018, existen metas que representan una oportunidad real para proveedores de productos y servicios TIC'S; los objetivos son:

- ✓ El 100% de capitales de provincia y el 83% de capitales de distrito conectadas por fibra óptica transporte de alta velocidad.
- ✓ Incrementar de 7.6 millones a más de 20 millones las líneas de internet( fijo y móvil)
- ✓ El 70% de instalaciones del Estado abiertas al público con conectividad de Banda Ancha.
- ✓ Incremento de velocidad promedio de acceso a internet de 2.7 a 3.2 Mbps
- ✓ Un aumento a nivel estatal del 500% del uso de los servicios en línea con un 70 % de satisfacción y confianza de los ciudadanos sobre estos servicios
- ✓ El 70% de las MYPE deben ser usuario TIC'S y contar con servicio de internet
- ✓ El sector TIC'S ha crecido desde 2010 a un ritmo anual del 8.5% y presenta en el cuarto trimestre de 2015, un incremento en la actividad económica de un 10.9%( INEI

**Fuente: Agenda de Competitividad 2014-2018; Consejo Nacional de Competitividad (CNC)**

## X. Contactos relevantes

### 1. Asociaciones y entidades vinculadas a servicios TIC's:

- ✓ APESOFT <http://www.apesoft.org/>
- ✓ MTC <http://www.mtc.gob.pe/>
- ✓ Peru Contrata <http://www.perucontrata.com.pe/>

## XI. Fuentes de información (*Links*).

La Información actualizada del mercado TIC's del Perú fue obtenida de las siguientes fuentes:

- ✓ [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n01\\_pbi-trimestral-2015iv.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-n01_pbi-trimestral-2015iv.pdf)

- ✓ [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico\\_tecnologias-informacion-oct-nov-dic2015.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico_tecnologias-informacion-oct-nov-dic2015.pdf)
- ✓ [www.maximixetic.com](http://www.maximixetic.com)
- ✓ <http://www.aduanet.gob.pe/operatividadAduana/>
- ✓ [www.osiptel.gob.pe](http://www.osiptel.gob.pe)

# XII. Anexos

## 1. Inversión en TI (Fuente: *Tendencias en la Industria TIC en Perú, IDC.*)

**DISTRIBUCIÓN Y PROYECCIÓN DE LA INVERSIÓN EN TI EN PERU, EN PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL (2006-2015)**

